

**PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MINAT
BELI ULANG LAYANAN JASA PENGIRIMAN PT POS
INDONESIA**

(Survei: Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)

ESTI DWINURYANI

8223136622



**Karya Ilmiah ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya (Amd)**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

***CUSTOMER SATISFACTION EFFECTS ON THE
REPURCHASE INTENT DELIVERY SERVICE PT POS
INDONESIA***

(Survey: the student of State University of Jakarta)

ESTI DWINURYANI

8223136622



***This Scientific Paper is written to meet one of requirements to obtain Associate
Expert degree***

STUDY PROGRAM DIII MARKETING MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2017

ABSTRAK

ESTI DWINURYANI. 2016. 8223136622. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Jasa Pengiriman Surat dan Paket Pos PT Pos Indonesia (Survei: Pada Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya Ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel kepuasan konsumen dengan variabel minat beli ulang pada layanan jasa pengiriman surat dan paket PT Pos Indonesia. Metode yang digunakan dalam Karya Ilmiah ini adalah metode analisis korelasi dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka dan kuesioner.

Dari hasil penelitian yang ada di pembahasan Karya Ilmiah ini, dapat diketahui bahwa hubungan atau korelasi antara variabel kepuasan konsumen dengan variabel minat beli ulang adalah sangat kuat, signifikan dan searah.

Kata Kunci: *Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang*

ABSTRACT

ESTI DWINURYANI. 2016. 8223136622. Customer Satisfaction Effect On The Decision to Repurchase on the mail and packages delivery services by PT Pos Indonesia. (Survey: to The Student of State University of Jakarta). Diploma III of Marketing Study Program. Faculty of Economics. State University of Jakarta.

The purpose of this Scientific Paper is to knowing the correlation between both variables: customer satisfaction and the decision to repurchase on the mail and packages delivery services by PT Pos Indonesia. The analysis methods is used in this paper is the bivariate correlation analysis and the collecting data methods is by literature review and questionnaire.

The result of the analysis of this paper is the conclusion that the correlation between variables: customer satisfaction and the decision to purchase is strong, significant, and in the same direction.

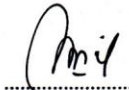
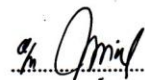

Keywords: Customer Satisfaction, Repurchased Intention

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus.
NIP.19671207 199203 1 001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si.</u> NIP.19570221 198503 2 002		<u>16-2-2017</u>
Penguji Ahli		
<u>Agung Kresnamurti R. P., ST. MM.</u> NIP. 19740416 200604 1 001		<u>16-2-2017</u>
Dosen Pembimbing		
<u>M. Edo S. Siregar, SE, MBA</u> NIP. 19720125 200212 1 002		<u>8-2-2017</u>

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala kasih dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Karya Ilmiah dengan judul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Jasa Pengiriman (Survei: Pada Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta)”.

Karya Ilmiah ini dibuat untuk memenuhi persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada program studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Selama proses penelitian dan penyusunan laporan Karya Ilmiah ini, penulis mendapat dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. M. Edo S. Siregar, SE, MBA, selaku dosen pembimbing yang selalu mendukung dan memberikan saran serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan Karya Ilmiah ini.
2. Dr. Dedi Purwana E.S.M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Umi Mardiyati, M.Si selaku Kaprodi D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Kedua orang tua dan adik yang senantiasa memberikan tulusnya doa serta memberikan semangat kepada penulis.

5. Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi responden penelitian.
6. Muhamad Okky, Barrunita, Venty Sararose, Wina Kemala, Vera Apriliana, Evi Lisdawati, dan Zolla Julia yang telah memberikan semangat dan berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan Karya Ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa Karya Ilmiah ini tidak luput dari kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat penulis harapkan guna perbaikan Karya Ilmiah ini. Semoga Karya Ilmiah ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, Januari 2017

Penulis